

程恩富 主编

文化经济学



中国经济出版社

文化经济学

程恩富 主编

中国经济出版社

(京)新登字079号

责任编辑: 苏耀彬
电 话: 8319284
封面设计: 耿万义

文化经济学

程恩富 主编

*

中国经济出版社出版发行
(北京市百万庄北街3号)
各地新华书店经销
二炮政治部印刷厂印刷

*

850×1168毫米 1/32 11.5印张 287千字

1993年9月第1版 1993年9月第1次印刷

印数: 0001—5000

ISBN-7-5017-2395-8/F·1644

定价: 10.00元

《文化经济学》编写组

主 编：程恩富

副主编：顾钰民 陶鸿坤

编写成员：

徐惠平 周 环 胡永明 丁用成 施镇平

张德远 朱成全 陶鸿坤 顾钰民 程恩富

内 容 简 介

本书是我国第一部“大文化”经济领域的专著。以文艺为主，涵盖教育、新闻出版、图书馆、科技等，广泛探讨了文化与经济、文化资源、文化供给与需求、文化投资、文化消费、文化市场、文化商品、文化商品价格、文化劳动生产率和劳动报酬、文化经济效益和经济核算、文化发展计划、文化经济管理体制等一系列文化经济领域的经济学范畴，科学地分析了文化生产力和文化生产关系的矛盾运动，揭示出社会主义文化经济运行机制及其发展规律，是一门新兴学科。全书分十二章，大约二十六万字。

全书充分体现中共十四大和八届人大确立的社会主义市场经济体制的基本精神，对文化经济领域的分析具有全面系统、理论新颖、对策适当、取材广泛和资本丰富的特点。它是广大读者了解社会主义市场经济条件下文化经济学知识的启蒙书，又是大中专各类学校、文化管理和宣传部门理想的教科书。

此书由上海高校一批中青年学者撰写，著名经济学家于光远题词，著名文化老人胡寄窗教授作序推荐。

于光远同志为《文化经济学》

题 词 内 容

正如人们的上齿与下齿之间不存在何者主要何者次要之分，说经济是主要的、文化是次要的是站不住脚的。经济和文化之间只能是相互渗透相互促进的关系。在继续加强人们的经济意识的同时，在今天有必要大大提高文化意识。在学术界也有必要在经济文化之间的这种相互渗透相互促进上大做文章，而且不仅要观点上鲜明又尖锐，还要尽可能写得具体些。我觉得文化经济学这样的书应该写，经济文化学这样的书也需要。比如现在我们就应该提倡努力掌握现代市场经济文化。在过去相当长的一段时间内，强调阶级斗争，忽视经济建设这个中心。现在我们就要把这个中心抓得紧紧的。现在我们还要看到，文化的不够重视、不够发达是我国经济发展的重要制约因素，我们对这应有足够的认识。此书书稿没有来得及浏览，但仅仅是这个书名就使我高兴。趁出版社要我为此书题字的机会，把这几年多次说过的话又说了一遍。

于光远

一九九三年九月十五日

序 言

自本世纪初德国经济学家马克·韦伯在其《经济与社会》等论著中对社会文化与经济的关系问题加以阐扬以来，在正统经济学界并未引起多大注意。这主要是由于那时及稍后的经济学家们正致力于微观和静态的理论阐述，而1929年经济大恐慌又将人们的注意力转向就业问题的研究，无暇考虑社会文化与经济的关系问题。直到六十年代初，美国经济学家西奥多·舒尔茨在其《由教育所形成的资本》一文中提出人力资本理论以后，他又不断有诸如此类论著发表，因而使人才投资成为经济研究领域中的一个突破性的内涵。教育一向被传统经济学视为非生产性活动，不属于经济理论的探讨范围。自经舒尔茨倡导以后已成为现代经济学教科书中的一个极其重要的研究课题。这一事实又引起人们的反思。教育是一个国家的一种文化表现形式，既然非生产性的教育能转变成重要经济活动，则其他文化活动与经济的关系也应有其探索的意义。又兼在这方面早已有人从事过一定程度的探索，故自七十年代后期起有不少学者对文化与经济的作用的研究产生兴趣，在美国已有以“文化经济学”命名的著作刊行。在苏联和东欧国家，对社会主义文化与经济的关系的研究也是自七十年代末才开始的，而我们则是自八十年代中期起才掀起这方面的研究兴趣。

传统的西方经济理论虽已有几个世纪的发展经历，并已达到相当成熟的程度，但对不少现实中出现的经济新问题，它仍无法作出合理解答。例如，有许多国家的经济发展水平在某一时期基本相同，但经过一段历史时期乃至经过十余年之后，它们中有些国家的经济就起飞发展成为现代的发达国家或中等发达国家，而另

有不少国家到现在仍处于贫困落后状态，经常乞求发达国家的经济援助才能维持其生存。这两类国家本来的经济发展水平都是基本相同的，既然无特殊的其他因素的干扰，为什么有些就成功地发展成为经济发达或中等发达国家，而有的国家的经济就一直停滞不前？现代发展经济学许多年来就曾企图解答这个难题，仍未获得公认的结论。从社会文化角度考察，有不少人认为基督教文化比天主教文化更有助于社会经济的发展，故一此以基督教文化占支配地位的国家能在不长一段时期内转变成为经济强国，如英美；而一些崇奉儒家文化的亚洲四小龙和日本则在短短十余年中变成经济的发达或中等发达国家；足见文化对经济发展所起的重要作用。这种概括虽有其可信的客观事实依据，毕竟还不能算是放之四海而皆准的理论原则，但至少可以说明文化对经济的作用是决不能忽视的，二者间的关系有继续深入探索之必要。

但是，文化这个概念的覆盖面甚为广阔，而其定义也多得不胜枚举，莫衷一是。它的覆盖面既包括有物质生产领域的活动，也包括有精神生产领域的活动，并以后者为主线而又决不能轻视前者。由于覆盖面太广阔，有些人主张采纳这一些活动项目而放弃另一些活动项目；有些人又恰恰与此相反，主张放弃这一些活动项目而采纳另一些活运项目，从而无法给它下个准确的定义。另一方面，文化既以研究精神生产为主线，而所谓精神生产常是十分渺茫，难于把握，至少是不便于作精确的经济计量。而且即使在物质生产部门中，有关文化的产品多采劳务形式，较少采用商品形式，这又增添了经济计量的困难。一言以蔽之，研究文化经济学的难度是相当大的。

程恩富同志领导的编写组，不畏艰难，给我们提供了一部《文化经济学》，这种努力的本身就是值得称赞的。《文化经济学》坚持马克思主义的立场观点，以文化生产力与文化生产关系的矛盾运动作为全书的基点，并通过对一些与文化有联系的资源、供求关

系、投资、市场、商品、价格、消费、发展计划、劳动生产率、劳动报酬、经济效益、经济核算以及经济管理体制等等范畴的具体分析来实现此基点，有骨有肉、内容充实、不致使人有空中楼阁之感。

对所接触的各范畴与文化的关系，《文化经济学》均作出条分缕析的深入细致表达，对每一研究项目分别列出几种不同的观点，而对每一观点又进一步细分为若干子项目以进行剖析。例如，对文化消费结构这样一个研究项目就曾区分为四类和十几个子项目，又如文化市场也区分为四类和二十几个子项目。这样事例在《文化经济学》全书中每章每节都有，其分析精细之程度可谓周详备至。

《文化经济学》充分利用现代经济理论如乘数作用、成本效益分析、供求弹性、经济核算及其他等等，对文化与经济的关系均作了适当的分析，这是一种崭新的尝试。更为突出的是，《文化经济学》大量汇集国内外的统计资料 and 具体事例来论证其文化经济观点，这就使其议论言之有物，而不是一般的纸上谈兵，特别是对国内社会主义文化活动中出现过的许多经验教训之汇集，更为丰富。如果我们暂时不考虑《文化经济学》在文化与经济关系的系统研究方面所获得的开拓性成果，仅就它的分析水平之周密深入和资料汇集之多采丰富来说，也是文化与经济研究领域内具有颇大参考价值的一部专著。

胡寄窗

1993年3月

目 录

第一章 概论	(1)
第一节 文化与经济的共生互动关系	(1)
一、文化建设对社会主义经济发展的作用	(1)
二、经济发展对社会主义文化建设的作用	(5)
第二节 文化经济学研究的对象和目的	(10)
一、文化经济学的产生	(10)
二、文化经济学研究的对象和目的	(12)
第三节 文化经济学研究的方法	(15)
一、科学抽象法	(15)
二、规范分析、实证分析与政策分析	(16)
三、现代系统方法	(17)
第四节 文化经济学的理论框架	(18)
一、确立文化经济学理论框架的指导思想	(18)
二、文化经济学的理论框架和主要内容	(19)
第二章 文化资源	(22)
第一节 文化资源的涵义和分类	(22)
一、文化资源的涵义	(22)
二、文化资源的特点	(24)
三、文化资源的分类	(25)
第二节 文化资源的配置及其合理化	(26)
一、文化资源配置的涵义	(26)

二、文化资源配置的内容	(27)
三、文化资源配置的方式	(32)
四、文化资源配置的合理化	(36)
第三节 文化资源的开发和利用	(38)
一、文化资源开发的概念	(38)
二、文化资源开发的原则	(40)
三、文化资源开发的方法	(42)
第三章 文化供给与需求	(46)
第一节 文化供给	(46)
一、文化供给及其类型	(46)
二、文化商品的供给规律	(47)
三、影响文化供给的其他因素	(48)
四、文化供给的弹性	(50)
五、我国文化供给的基本状况	(52)
第二节 文化需求	(58)
一、文化需求及其类型	(58)
二、文化商品的需求规律	(59)
三、影响文化需求的其他因素	(60)
四、文化需求的弹性	(64)
第三节 文化供求均衡及其调节	(67)
一、文化供求的均衡	(67)
二、文化供求矛盾的主要表现	(70)
三、文化供求的调节	(73)
第四章 文化投资	(79)
第一节 文化投资的重要性	(79)
一、文化投资的含义	(79)
二、文化投资的重要性	(80)
第二节 文化投资的制约因素	(86)

一、经济体制	(86)
二、生产力水平	(87)
三、文化心理	(88)
第三节 文化投资的结构和渠道	(89)
一、文化投资的结构	(89)
二、文化投资的渠道	(93)
第四节 文化投资的效益	(96)
一、文化投资效益分析的前提	(96)
二、文化投资效益的分析	(98)
第五章 文化消费	(103)
第一节 文化消费的特性和种类	(103)
一、文化消费的特性	(103)
二、文化消费的种类	(107)
第二节 文化消费水平及主要差异	(109)
一、文化消费水平的概念与划分	(109)
二、文化消费水平的主要差异	(110)
三、提高文化消费水平的途径	(116)
第三节 文化消费结构及其合理化	(119)
一、文化消费结构的分类	(119)
二、文化消费结构的现状	(121)
三、文化消费结构的合理化	(124)
第四节 微观文化消费的约束和基本原则	(129)
一、微观文化消费增长的制约因素	(129)
二、微观文化消费计划应遵循的原则	(132)
第六章 文化市场	(135)
第一节 文化市场的特点和作用	(135)
一、文化市场的概念	(135)
二、文化市场的特点	(137)

三、文化市场的作用·····	(140)
第二节 文化市场的划分·····	(146)
一、文化市场的分类·····	(146)
二、文化市场细分化·····	(148)
三、文化市场细分化的作用·····	(150)
第三节 文化市场的竞争和调控·····	(151)
一、文化市场竞争的必然性·····	(151)
二、文化市场的困境和失控·····	(152)
三、文化市场的调控·····	(156)
四、文化市场的立法·····	(159)
第四节 文化市场的开拓·····	(161)
一、文化市场开拓的必要性·····	(161)
二、文化市场开拓的内外条件·····	(162)
三、国际文化市场开拓的重要性·····	(166)
四、积极跨入国际文化市场·····	(169)
第七章 文化商品·····	(174)
第一节 文化商品的内含·····	(174)
一、文化商品的概念·····	(174)
二、文化商品的使用价值和价值·····	(177)
三、文化商品的价值与价格的关系·····	(179)
第二节 文化商品的特性·····	(181)
一、文化商品的两重属性·····	(181)
二、文化商品消费的永恒性·····	(183)
三、文化商品的复杂性·····	(184)
四、文化商品的创新性·····	(186)
第三节 文化商品的构成·····	(187)
一、文化商品的构成·····	(187)
二、文化商品构成之间的相互关系·····	(188)

第八章 文化商品价格	(191)
第一节 文化商品价格的制定	(191)
一、制定文化商品价格的价值依据	(191)
二、制定文化商品价格的其他依据	(194)
三、文化商品的价格政策和价格体系	(197)
第二节 文化商品价格的特点和功能	(200)
一、文化商品价格的特点	(200)
二、文化商品价格的种类	(201)
三、文化商品价格的功能	(203)
第三节 文化商品价格的调整和改革	(206)
一、我国文化商品价格存在的主要问题	(206)
二、文化商品价格的改革	(208)
第九章 文化劳动生产率和劳动报酬	(216)
第一节 文化劳动的性质和特点	(216)
一、文化劳动的性质	(216)
二、文化劳动的特点	(219)
第二节 文化劳动生产率	(222)
一、文化劳动生产率的一般问题	(222)
二、文化劳动生产率的现状及国际比较	(224)
第三节 文化劳动者的报酬	(229)
一、文化劳动者报酬的分配原则	(229)
二、文化劳动者报酬的现状及国际比较	(231)
三、关于文化劳动报酬的两个问题	(236)
第四节 文化劳动者的业余劳动	(239)
一、文化劳动者的业余劳动及其特点	(239)
二、业余文化劳动存在的客观条件和作用	(240)
三、有关文化业余劳动应注意的问题	(241)
第十章 文化经济效益和经济核算	(244)

第一节 文化的经济效益和社会效益·····	(244)
一、文化经济效益和社会效益的区分·····	(244)
二、文化的经济效益·····	(245)
三、文化的社会效益·····	(252)
四、文化经济效益与社会效益的关系·····	(256)
第二节 文化经济效益分析·····	(258)
一、文化经济效益的特点·····	(259)
二、文化经济效益的指标体系·····	(260)
三、提高文化经济效益的途径和方法·····	(266)
第三节 文化单位经济核算·····	(269)
一、经济核算的含义·····	(269)
二、文化企业的经济核算·····	(271)
三、文化事业单位的经济核算·····	(275)
第十一章 文化发展计划·····	(277)
第一节 文化发展的计划管理·····	(277)
一、文化发展计划管理的必要性·····	(277)
二、文化发展计划管理的形式·····	(279)
三、文化发展的管理手段·····	(282)
第二节 文化发展的主要比例关系·····	(285)
一、文化基础设施与文化供求的比例关系·····	(285)
二、文化供给中不同层次的比例关系·····	(288)
第三节 文化发展战略·····	(293)
一、制定文化发展战略的依据和必要性·····	(293)
二、确立文化发展战略的指导思想和目标·····	(295)
三、实现文化发展战略的政策措施·····	(299)
第十二章 文化经济管理体制·····	(304)
第一节 文化经济管理体制及其类型·····	(304)
一、文化经济管理体制的含义·····	(304)

二、文化经济管理体制的基本类型·····	(306)
第二节 传统文化经济管理体制的沿革·····	(312)
一、传统文化经济管理体制的历史演变·····	(312)
二、传统文化经济管理体制的弊端·····	(322)
三、对传统文化经济管理体制的改革探索·····	(325)
四、文化经济管理体制改革的矛盾分析·····	(333)
第三节 构建新的文化经济管理体制·····	(335)
一、建立新型文化经济管理职能分工模式·····	(336)
二、建立新型企业化文化经营模式·····	(339)
三、建立新型文化经济调控模式·····	(342)
后记	

第一章 概 论

第一节 文化与经济的共生互动关系

一、文化建设对社会主义经济发展的作用

社会主义文化活动属于非物质生产领域，包括文学艺术、新闻出版、广播电视、图书馆、博物馆、文化展览馆、宗教、教育、科技、建筑园林、体育和旅游等内容^①。

马克思指出：“要研究精神生产与物质生产之间的联系，首先必须把这种物质生产本身不是当作一般范畴来考察，而是从一定的历史的形式来考察。例如，与资本主义生产方式相适应的精神生产，就和与中世纪生产方式相适应的精神生产不同。如果物质生产本身不从它的特殊的历史的形式来看，那就不可能理解与它相适应的精神生产的特征以及这两种生产的相互作用。……从物质生产的一定形式产生：第一，一定的社会结构；第二，人对自然的一定关系。人们的国家制度和人们的精神方式由这两者决定，因而人们的精神生产的性质也由这两者决定。”^②这里，马克思明确揭示了两点：其一，精神生产的性质和方式是由特定社会的生产力和由此而产生的物质生产的性质和方式所决定的，不同的社

^①著名学者钱学森同志认为，社会主义新文化包括教育，科学技术，文化艺术，体育，新闻出版，广播电视，建筑园林，展览馆，博物馆，科技馆，旅游，花鸟虫鱼，美食，群众团体，宗教这13个部门（见《解放日报》1989年4月21日）；本书对文化范围的理解与他大体相同。

^②《马克思恩格斯全集》第26卷，第1分册，第296页。